

在过去一年中,书业抗疫涌现出了众多佼佼者,这其中,女性的“她”力量不可忽视。她们以女性的独特视角和特殊魅力,通过感性的付出,在为读者带来贴心服务的同时,也带来了经济效益提升。与男性相比,女性思维柔软而坚韧,从细微出发,聚焦感情,更关注人本身。随着社会的不断发展,女性权益的不断提升,这种女性力正成为推动社会进步的重要力量。2021年是一个新的开始:最早的一批“90后”已然31岁,而立之年的她

们,正在成为书店的中坚力量:从理念转变到体制创新,从推动改革到人文关怀,成长起来的“90后”女性,既拥有女性天然的感性思维,又有着年青一代更加独立、自主和个性的表达。这种变化,也为书店带来了新的活力。值2021年“三八”国际妇女节之际,《中国出版传媒商报》聚焦书店“90后”女店长这一特定群体,推出专题报道,一窥“90后”女店长的“她”力量。

“三八”国际妇女节专题

“90后”书店店长的“她”力量

受访人员名单

蔡雪燕(皖新传媒前言后记合肥区域负责人、新华书店合肥南站北广场店店长)
方园(湖北省新华书店(集团)有限公司红安县分公司店长)
李雪(山东新华书店集团青州新华书店店长)
赵倩颖(河北保定市新华书店青年路幼儿园小桔灯绘本馆负责人)
吴建楠(内蒙古呼伦贝尔市新华书店有限公司满洲里市分公司门市主任)



蔡雪燕



方园



李雪



赵倩颖



吴建楠

蔡雪燕:充分发挥“90后”的创造力、想象力

人物档案:蔡雪燕,皖新传媒前言后记合肥区域负责人、新华书店合肥南站北广场店店长,全面负责运营工作。2020年被评为皖新传媒“年度优秀店长”。

皖新传媒“前言后记”品牌在合肥区域包含了商场店、政务店、校园店、高铁店、企业店等不同类型的门店,每个门店都有不同特色,需要根据区位选择不同的经营理念,这需要管理者在门店运营管理上需要更具创造力和想象力。作为90后的蔡雪燕,自然具备了90后的特色——创造力与想象力。

带好团队、创新思维,全力做好书店运营工作。蔡雪燕认为,打铁还需自身硬,作为门店管理者,工作中需要展示个人业务上的专业度,把自己的优势发挥到极致,同时还要带领团队做出优秀的成绩,这样才能让团队成员信服。

目前,在蔡雪燕负责的门店中,95后员工约占1/4,很多时候95后被扣上“不稳定”“难管”的帽子,这也给管理者带来了一定挑战。但蔡雪燕觉得,95后是更有态度和想法的一代,比起单纯为了赚钱生活,他们更希望在工作中创造自己的价值。“作为门店的管理者,必须懂得倾听,有效倾听能激发员工的表达欲望,让员工时刻能体现自己的价值,更愿意表达更多。”她认为,书店员工除商业职责外,还是图书顾问。作为门店一线人员,图书顾问们需要与顾客直接接触,更能了解客户的真实需求。善于听取图书顾问的意见或建议,集思广益,有利于建立团队间的协作关系和默契。人无完人,每个人都有优点与缺点,作为管理者关键是要懂得知人善用,懂得用其所长避其所短,只有这样才能实现效益最大化。

“客户”思维推进工作,合作实现双效提升。在多年的店面运营中,蔡雪燕有三点经营体会。一是要急客户之所

急,虑客户之所需。立足新华书店书店宗旨,坚持为人民服务、为社会主义服务,坚持社会效益第一。根据不同门店类型,除常规图书推荐及展示外,更要做好做精做细特色图书推荐及展示,秉承“满足客户需求使我们存在的唯一理由”的行为准则,将客户的利益及需求放在第一位,急客户之所急,虑客户之所需,对内提升员工职业素养,为客户提供更贴心的服务,在这一理念下,2020年合肥南站北广场店客流转化率达43%。二是积极开展线下活动。当下各类直播、短视频备受读者喜爱,在位于高铁站的门店内,举办“在路上”系列分享会,邀请作家直播与线上读者一起互动,“在路上”系列活动不断进行多门类分享活动,咖啡、古装、科学探秘和手工制作绘画等均多次举行。有趣、易懂、可参与是蔡雪燕在组织活动时的考量标准。三是全力深挖政企合作,打破传统店内销售模式。在追求社会效益同时,经济效益也不容忽视。“形象在店内,销售在店外”,蔡雪燕带领团队开展了大量异业合作,2020年对接过的企事业单位达百余家。通过多次登门拜访企事业单位,展现企业文化和优质服务,了解对方需求,积极调整方案,最终达成了合作。其中,该店单与一家企业合作为门店引流达1.4万次,产生销售超百万元。

“2021年,我负责的书店会持续发力,在做好实体门店运营的同时,继续深耕企事业单位合作,通过推出高端会员卡为会员提供更精细化、更个性化的服务,为消费者提供更多的选择。书店业态也将进行调整,引进联营伙伴,为进店读者增加增值服务。”蔡雪燕对书店的未来发展信心满满。(倪成/采写整理)

吴建楠:激活青年优势 拓展文化网络

人物档案:吴建楠,2016年进入新华书店。现任内蒙古呼伦贝尔市新华书店有限公司满洲里市分公司门市主任。

通过点滴的积累和成长,吴建楠成为独当一面的门市主任。她表示:“当上店长后,我发现不能再局限于自身工作,还要上升高度、扩大格局,因为肩上传负的使命和责任随着职务的上升变得愈加沉重。”

紧抓青年特点,激活优势。90后、95后逐渐成为一线书店的管理者,他们的成长环境更加优渥,表达也更加自主和个性。吴建楠表示:90后管理者是集团的新生力量,也必然会成为集团将来发展的主力军。“90后的优势是对新事物接受度较快,能更好地适应,并且很容易将新事物联系到实际的工作中。在前辈们打下的基础上不断地创新发展。”

作为90后管理者,在日常的管理工作中,吴建楠有着自己的想法,她表示:“今年是集团的创新年,90后又是新时代的主力军,每个人都各有所长,有很多创新的想法,积极发掘他们自身的优势,将他们自身优势运用到工作中,并且让他们管理自己所擅长的区域,增加责任感与使命感,以便更好的将热情投入到工作中。同时,在工作中积极帮助他们将创意融入工作中,获得成就感,激发热情。”

地域特点与文化氛围结合,着力线上实现渠道拓新。吴建楠所在的满洲里是中国最大的面向欧亚的陆路口岸城市,做为满洲里地标性企业,新华书店不仅仅是一家文化企业,更代表了中国的文化形象之一。“因此,我们要将地域特点与文化氛围相结合,增强文化自信,引领边城阅

读。2021年是集团‘十四五’的开局之年,书店将聚焦改革、创新、数字融合,把握好发展方向,把牢意识形态关口。”

互联网已与人们的生活密不可分,成为不可或缺的一部分。为了将文化与互联网结合,吴建楠表示,今年,满洲里市分公司门市将着重打造线上销售及营销,由自主经营型向政府主导型转变,形成政府主导、社会参与、企业服务的发展模式。“通过书店文化属性的优势,联合政府、事业部门开展系列活动,形成网格式的文化传播模式。目前书店,已与本地宣传部连续3年开展‘鸿雁悦读’互动,并与多家事业部门成为共建单位。”

2020年,突发的疫情对书店造成了不小的冲击,也让书店管理者们有了更多时间思考未来的发展方向。在吴建楠看来,新华书店是共产党创建的红色企业,经过数代人的守护和辛勤灌溉才有今天的辉煌,年轻人有责任和义务让这块金字招牌继续发光发热。“2021年正值集团‘十四五’开局之年,不论是经营政策还是经营方向上,都有新的规划与发展,我们要将集团的新政策与全面建设社会主义现代化国家文化自信、文化经济创新发展新格局融会贯通,运用到实际工作中。在经营和营销策划上不断创新,发挥员工的主观能动性,运用互联网优势,将图书与互联网相融合,为读者提供更便捷、更贴心的服务。线下继续联合政府、事业部门开展系列活动,拓展文化网络。”(焦翊/采写整理)

方园:在困境中寻机遇 店长要成为“伯乐”

人物档案:方园,湖北省新华书店(集团)有限公司红安县分公司店长。2020年,方园带领团队策划近200场文化活动,并组织发行重点政治读物,销售总额近15万元,在中国书刊发行业协会主办的“2020中国书店年度致敬”活动中被评选为“年度店长”。

2020年,作为店长,方园带领红安书城团队对门店的促销方法与经营理念进行了大规模的创新:在升级服务阵地的同时,切实做好经营管理工作 and 全民阅读服务工作,采取特色与专业相结合,多元与创新相结合,线上与线下相结合的方式,逐步发挥实体书店的全能功效。

引进新业态开辟新渠道。为加大市场占有率,提高自身竞争力,方园带领红安书城团队积极调整经营业态,规划多元布局。首先,引进西安旺豆幼教体验中心,3个月实现会员数量突破200人,销售9.3万元。其次,推出书城预付卡会员储值活动,并在4个月内实现销售10.5万元,吸纳会员300余人。

疫情期间,方园还积极开拓线上销售,实现线上线下同步发展。首先,推出线上微店,并提供同城免费送货服务;其次,保持线上宣传力度,定期开展线上活动,不断增强客户黏性;最后,进一步拓展营

作为一名“90后”店长,李雪说:“最喜欢的就是带领团队脚踏实地做工作,年轻人最典型的特征就是闯劲与干劲。”李雪坦言,成为店长后,从团队老同事的反应中明显感觉到与前任管理者的不同,这其中既有优势也有劣势,“我也在不断地调和”。

个性化运营,实现“新老”融合管理。在做店长的3年多时间里,在山东新华对店面运营创新和管理深耕的要求下,李雪不断在店面运营和管理上尝试新思路。

一是开展个性化运营。目前,青州新华书店有3个1000平方米左右的门店,中心门店是传统的新华书店,位于城市老中心地带,受众群体以学生为主,老客户为辅;“城市书房”店是位于大型商场中的新店,目标客户群是80后年轻父母、孩子以及城市文青阶层;“南湖书院”店位于城市旅游区和城西康养中心,目标群体是外来游客和注重文化修养的中老年人。针对这3个不同门店的特点,李雪和她的团队调整图书结构,合理配置多元项目和文化衍生品。例如“城市书房”店的图书结构以畅销书为主,多元产品以年轻人喜欢的精美文创和孩子喜欢的玩具为主,因其在大型商场内,因此主打极致体验,致力于打造文化

销售渠道,为全县各政企事业单位开展上门宣传征订服务,并与100余家单位、社区实现联系,为后续工作的开展奠定了坚实基础。

创新管理方法,激活员工活力。在红安书城的人员管理上,方园严格落实店长负责制,充分调动员工积极性,实行“业绩考核+管理考核”模式。为加强店内日常工作管理,还制定了分工明确、责任到人制度。

与此同时,方园发现薪酬待遇已经不再是现代年轻人求职的唯一标准,更重要的是要在工作中充分挖掘并发挥他们的长处,在工作中完成个人价值的实现,因此方园根据不同特质分别对员工安排了多样的兼职工作。目前书城已成立4个小组:信息小分队负责维护店内操作设备及ERP培训;营销小分队负责店内营销活动收集、策划及实施;客服小分队负责线上平台的日常维护、读者问答及线上活动策划;选品小组负责区域内图书及周边产品的选品,及时对滞销图书下架或促销处

李雪:以个性运营升级新华品牌

人物档案:李雪,山东新华书店集团青州新华书店店长。2016年7月入职青州新华书店担任营销专员,2017年10月,升任书店店长。

商业空间。通过近两年的个性化运营,3家门店进一步打造出了各自的特色,逐步将城市的文化消费者分成不同的圈层,有助于门店在管理中的纵向深耕,进而促进经营增长。

二是启用新员工参与管理。近年来,书店招聘的90后大学生占3个门店团队人数的一半以上,因此,李雪在管理上重点培养并启用了新员工进入初级管理层。90后员工的执行力和创新力是老员工所欠缺的,但老员工丰富的工作经验和勤恳的工作作风也需要新员工学习。因此,在新老员工的搭档工作中,要采用多种模式进行尝试。李雪表示,在重用老员工的同时,也要敢于启用新员工参与初级管理层。如在“城市书房”店,采用新员工负责管理营销以及图书和多元产品的进货,由老员工负责人事的管理和日常工作的规范化运营。在这样新模式的尝试下,新老员工均拥有发言权和管理权,各司其职,有利于新老员

工的工作磨合和店面的科学化运营。

树立“购物中心思维”,推进品牌化发展。2020年的疫情对线下实体门店的销售影响较大,以青州新华为例,店面图书零售下降40%左右。2021年随着疫情稳定,店面发展迎来提升了转型的重要一年,随着进入店内消费的读者越来越多,李雪对店面今年的发展规划主要有两点。

一是树立“购物中心思维”,将体验化做到极致。实现店内多元产品和图书结合的调整无缝衔接,让图书和多元产品的融合更自然,通过设计,让读者看到书中好物,即可随手购买,充分发挥文化空间的价值。

二是线上线下做好图书的新华品牌。今年,青州新华书店将进一步完善和提升线上运营,重点打造“新华荐品”品牌,利用品牌效应,做好图书选品。同时,培养门店图书“选品师”和“荐品师”,进行精准营销和引导,提升书店专业度,促进销售。(伊璐/采写整理)

完成了工作内容板块的梳理和整合,在充分了解了部门员工的特长及性格特点后分配了工作任务,让员工能够充分发挥所长。受疫情影响,绘本馆的线下活动无法开展,她将活动内容转移到了线上,支持会员线上随时观看和参与活动,并多次组织了针对幼儿教师的教材培训会,搭载云蝶直播平台进行了实况转播,线上实现63.65万点赞,同时在在线观看人数达400人,为幼教市场的开拓做好准备。

2020年新冠疫情给市场带来的影响不可谓不深远,在生存压力下,实体书店除了传统图书零售业务之外还拓展了多元产业,但迄今为止的这些探索与尝试,如增加文创产品、工艺品、电子产品等新的销售品类,搭建线上购书商城等销售模式,叠加餐饮、培训、活动乃至住宿等服务,带来规模增量尚不可知,门店的升级改造虽然可以在一定程度上增加客流,提升品牌美誉度,但培养实体书店的不可替代性依旧是重中之重。“书店转型升级后的新价值是成为消费者的‘学习场’,即通过各种书与非书的内容,阅读与非阅读的形式,服务于读者的终身学习”。赵倩颖总结道。(王少波/采写整理)

赵倩颖:培养实体书店的不可替代性

人物档案:赵倩颖,2014年进入新华书店工作,现为河北保定市新华书店青年路幼儿园小桔灯绘本馆负责人。

在工作,赵倩颖一直保持积极乐观的态度,珍惜所有的工作机会,并善于在工作中寻找乐趣。她说:“我认为身为企业一员,每个人都背负着维护企业健康发展的责任与义务,所以在工作上我从不害怕付出也不计较个人得失,时刻保持求知存的心态,不断积累工作经验,努力提升自己的学习能力和解决问题的能力,树立责任感、信念感和使命感,争取成为一个对企业、对社会有贡献的人。”

敏锐性、拼搏度、亲和力推动工作创新。身为一名刚刚走上管理岗位的90后,赵倩颖认为,书店前辈有很多经验值得学习,同时也要发扬自身优势,不断创新工作思路。她认为,90后有三大特点。

一是生长在信息社会高速发展的时代。90后是与现代化社会共同成长、共同经历各领域飞速发展的一代,身边新旧事物更迭,所以他们对新事物、新环境、新观念具有敏锐的感受能力,且对新鲜事

物接受能力较强,对各种技术革新都有很强的包容性,也更善于在发展中保持自身的主观能动性,发现机遇,把握机会,敢于求新,敢于创新,敢于尝试用新方法解决老问题。二是不怕吃苦,勇于拼搏。部分90后目前身处的发展阶段在于有了来自校园的理论知识储备和步入职场的工作经验,从而形成了一套自己的工作模式,在此基础上结合实际,放手拼搏,实现自我。三是亲和力更强。90后身为多数企业中最年轻的人才储备,往往更具活力,思维活跃,善于应变,注重团队合作以及员工之间的平等尊重。在敢想敢拼敢于创造的同时,也会以积极正面的情绪带动团队,保持团队活性,激发员工的工作热情,调动其工作积极性,增强团队核心凝聚力,达成更高质量的团队合作水平。

转向线上开拓幼教市场,服务读者终身学习。在工作中,赵倩颖带领部门员工